



## BAB V

### RENCANA PEMASARAN

#### A. Tujuan Pemasaran

Penentuan tujuan pemasaran yang tepat dan jelas dapat dipakai sebagai alat pengendalian kegiatan pemasaran, yakni apakah kegiatan pemasaran tersebut benar-benar telah menjalankan tugasnya dengan baik, telah disusun berdasarkan potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta telah mempertimbangkan perubahan yang terjadi di masa yang akan datang.

Sistem pemasaran melibatkan banyak kegiatan pemasaran yang mempengaruhi banyak pihak, seperti: penjual, pembeli, maupun kelompok masyarakat yang menginginkan produk-produk bermutu dengan harga yang wajar serta lokasi yang mudah terjangkau.

Berdasarkan penjelasan di atas maka Toko Graha Media *Copy* dibagi menjadi 2, yaitu:

##### 1. Tujuan Jangka Pendek

Adalah tujuan dan sasaran pemasaran untuk jangka waktu satu hingga tiga tahun mendatang, yaitu:

- a. Meningkatkan *awareness* terhadap jasa yang diberikan oleh Toko Graha Media *Copy* kepada konsumen
- b. Menginformasikan kepada target *market* tentang jasa yang dihasilkan
- c. Berusaha untuk meningkatkan kualitas karyawan, baik pengetahuan maupun keahlian, sesuai dengan bidang yang ditangani. Misalnya: dengan memberikan pendidikan singkat tentang cara mengoperasikan mesin *fotocopy* agar dapat beroperasi lebih maksimal.



## 2. Tujuan Jangka Panjang

Adalah tujuan dan sasaran pemasaran untuk jangka waktu empat hingga lima tahun mendatang, yaitu

- Mengusahakan perluasan pasar dengan membuka cabang di daerah lain.
- Berusaha mempertahankan *brand image* Toko Graha Media Copy, dengan cara terus melakukan inovasi jasa yang dihasilkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Untuk mencapai tujuan pemasaran tersebut, Toko Graha Media Copy harus membuat perencanaan pemasaran. Menurut David (2010:190), Perencanaan adalah

“Proses yang dengannya orang menentukan apakah perlu untuk menempuh suatu usaha, mencari jalan paling efektif untuk meraih tujuan yang diinginkan, dan mempersiapkan diri untuk mengatasi beragam kesulitan yang tidak diharapkan dengan sumber daya yang memadai.”

Melalui perencanaan strategis, perusahaan memutuskan apa yang ingin lakukan dengan masing-masing unit bisnis. Perencanaan pemasaran melibatkan strategi pemasaran memilih yang akan membantu perusahaan mencapai tujuan strategis secara keseluruhan. Sebuah rencana pemasaran yang rinci diperlukan untuk setiap bisnis, produk, atau merek. (Kotler dan Armstrong, 2012:78)

Definisi perencanaan adalah proses menentukan dengan tepat apa yang dilakukan organisasi untuk mencapai tujuannya. Sedangkan pemasaran adalah seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. (<http://adzaniahdinda.wordpress.com/2013/06/05/rencana-pemasaran-2/>)

Diakses pada tanggal 19 Maret 2014



## B. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) definisi harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan perikarakan untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Toko Graha Media Copy akan menyesuaikan harga dasar dengan mempertimbangkan keadaan ekonomi pasar pada saat itu, jenis pelanggan (individual atau korporasi), dan penawaran harga layanan bersaing. Ada beberapa pendekatan untuk menentukan harga. Penentuan harga harus berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan, pengaruh persaingan dan pembentukan persepsi pelanggan tentang nilai jasa yang dihasilkan. Harga yang ditetapkan untuk produk serta jasa yang diberikan Toko Graha Media Copy diharapkan sesuai dengan harapan pelanggan karena Toko Graha Media Copy memberikan jaminan terhadap produk dan kualitas pelayanan yang baik.

Toko Graha Media Copy juga menggunakan strategi harga fleksibilitas untuk penentuan harga. Strategi fleksibilitas digunakan apabila terdapat pembelian barang dalam kuantitas besar atau banyak. Apabila kuantitas yang dipesan berjumlah besar maka harga setiap unit akan dikurangi berdasarkan kebijakan dari pemilik.

Toko Graha Media Copy juga menetapkan harga berdasarkan persaingan, yaitu menetapkan harga berdasarkan harga-harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Hal ini dilakukan karena Toko Graha Media Copy harus dapat masuk dan diterima pasar sehingga Toko Graha Media Copy harus mempertimbangkan harga yang ditetapkan oleh pesaing yang telah lebih dulu ada di pasar. Toko Graha Media Copy juga memikirkan biaya yang dikeluarkan sehingga harga yang ditetapkan dapat realistis dan adil untuk konsumen serta Toko Graha Media Copy itu sendiri.



### C. Distribusi

Saluran Distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2010:363) adalah “seperangkat organisasi saling tergantung yang membantu membuat produk atau layanan yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh pemasar.” Tanpa adanya distribusi, produsen mengalami kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen agar dapat membeli dan menggunakan produk sehingga dapat beralih ke pesaing.

Sedangkan menurut Hasan (2013:577), saluran pemasaran merupakan “suatu sistem jaringan organisasional dan perantara yang terorganisir untuk melakukan semua aktivitas pemasaran yang diperlukan dalam menghubungkan produsen dengan konsumen atau pengguna atau pembeli baik barang atau jasa.”

Jasa yang diberikan oleh Toko Graha Media *Copy* adalah jasa *fotocopy* dokumen. Toko Graha Media *Copy* menerima permintaan pasar dalam berbagai skala (dalam partai kecil maupun partai besar) dan penjilidan buku bagi pelanggan yang membutuhkan jasa pembukuan. Selain itu pangsa pasar yang dituju oleh Toko Graha Media *Copy* adalah sekolah dan toko yang berada di Kota Padang, Sumatera Barat, karena lokasi Toko yang letaknya dekat dengan sasaran yang ingin dituju. Toko Graha Media *Copy* selain menerima *fotocopy* yang regular (hitam putih) juga menerima *fotocopy* eksklusif. *Fotocopy* eksklusif yaitu *fotocopy* yang hasilnya berwarna, jadi hasil akhir yang diberikan ke pelanggan adalah sama persis dengan aslinya (jika memiliki warna).

Toko Graha Media *Copy* melihat adanya peluang usaha ini karena telah dilakukan *survey*, dan menarik kesimpulan dari hasil *survey* bahwa pesaing Toko Graha Media *Copy* belum melakukan inovasi yang masih termasuk baru ini. Dengan adanya peluang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



usaha itu maka diharapkan tingkat penjualan tinggi dan dapat memenuhi permintaan pasar.

Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa adanya distribusi, produsen akan mengalami kesulitan memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah untuk dapat menikmati produknya.

Menurut Cravens dan Piercy (2009:320), saluran distribusi yang dipakai oleh produsen dalam kegiatan pendistribusiaanya adalah sebagai berikut:

a. Produsen - Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara.

b. Produsen - Pengecer – Konsumen

Pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada konsumen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen.

c. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer - Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer.

d. Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer - Konsumen

Dalam saluran distribusi ini, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar, yang selanjutnya



menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlibat dalam saluran distribusi ini, terutama agen penjualan.

C

Hak cipta milik IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan penjualan produk-produk alat tulisnya. Berdasarkan tipe saluran distribusi di atas, Toko Graha Media Copy termasuk penjualan yang dilakukan dari produsen langsung ke konsumen (tanpa menggunakan perantara). (Gambar 5.1)

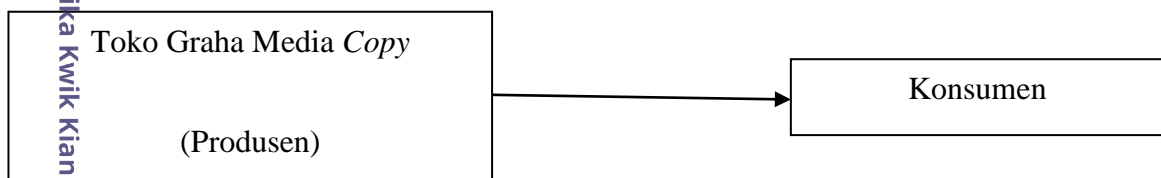
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Toko Graha Media Copy menggunakan saluran distribusi dalam memberikan jasa dan penjualan produk-produk alat tulisnya. Berdasarkan tipe saluran distribusi di atas, Toko Graha Media Copy termasuk penjualan yang dilakukan dari produsen langsung ke konsumen (tanpa menggunakan perantara). (Gambar 5.1)

Gambar 5.1

### Saluran Distribusi Toko Graha Media Copy



Sumber : Toko Graha Media Copy, 2015

### D. Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) Pemasaran adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Pemasaran adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dihasilkan ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan cara mengadakan komunikasi dengan para pendengar yang sifatnya membujuk.



Toko Graha Media *Copy* menggunakan *advertising* dan *sales promotion* sebagai cara untuk melakukan pemasaran, yaitu:

### 1. Papan Nama Toko

#### a. Papan Nama Toko

Papan nama toko dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas toko kepada *customer* maupun calon *customer*, sehingga diharapkan dengan melihat papan nama ini, *customer* akan mengingat nama toko ini di pikiran mereka dan akan melakukan pembelian atau memberikan rekomendasi kepada orang lain. Desain papan nama Toko Graha Media *Copy* menampilkan nama toko dan alamat toko, Lampiran 13 hal 118.

#### b. Baju Seragam Karyawan Toko

Setiap hari karyawan Toko Graha Media *Copy* akan menggunakan baju seragam dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Baju seragam toko akan di-design se-mungkin, dengan harapan para pelanggan yang berada di luar toko dapat mengenali nama toko, Lihat Lampiran 11 hal 114.

#### c. Kalender

Toko Graha Media *Copy* akan membuat kalender yang nantinya akan diberikan kepada *customer* pada tahun baru. Di kalender tersebut akan terdapat gambar Toko Graha Media *Copy* dan alamat Toko Graha Media *Copy* yang berukuran kecil seperti kartu nama sehingga praktis bagi pelanggan, contoh kalender Lampiran 14 hal 119.

#### d. Brosur

Toko Graha Media *Copy* akan menggunakan brosur untuk mempromosikan usaha bisnisnya agar pelanggan semakin sadar akan keberadaan Toko Graha Media *Copy*



dengan cara membagikan kepada konsumen dan para rekan bisnis, Contoh Brosur dapat dilihat pada lampiran 17 hal 122.

## 2. Sales Promotion

Promosi penjualan yang dilakukan Toko Graha Media *Copy* adalah dengan cara memberikan undian berhadiah. Setiap konsumen yang berbelanja minimum Rp 300.000,00 akan mendapatkan hadiah langsung berupa gantungan kunci. Kegiatan ini akan dilakukan selama 1 bulan sebagai kegiatan promosi, Contoh Lampiran 15 hal 120 dan lampiran 16 hal 121.

## E. Pengendalian Pemasaran

Berikut ini adalah beberapa cara yang digunakan oleh Toko Graha Media *Copy* dalam melakukan pengendalian operasional.

### 1. Pengendalian Barang

Dalam Toko Graha Media *Copy*, pengendalian barang/produk yang akan dijual dilakukan dengan cara melakukan *stock opname* dan *inventory control* untuk mengurangi kemungkinan adanya BS (*Bad Stock*). Baik di dalam toko maupun di gudang, *stock opname* dilakukan oleh pemilik toko dan karyawan sebanyak tiga kali dalam seminggu. Pertama pada hari Selasa dan Rabu yang ditetapkan sebagai jadwal rutin *stock opname*, kedua adalah pada hari kunjungan salesman produk tersebut.

Inventori yang tersedia di gudang juga jangan sampai terlalu banyak dan terlalu sedikit, karena kalau terlalu banyak inventori yang ada di gudang akan mempersempit gudang yang ada dan akan mempengaruhi *inventory* lain yang dapat disimpan di gudang. *Inventory* di gudang juga jangan sampai terlalu sedikit karena akan mempengaruhi penjualan yang ada. Ketika konsumen ingin membeli dalam jumlah





banyak dan barang di toko tidak tersedia, maka konsumen akan batal membeli dan akan berpindah ke toko lain, dan akan mempengaruhi penjualan toko. Penyimpanan persediaan barang dagang di Toko Graha Media *Copy* menggunakan metode *FIFO* (*First In First Out*), sehingga kemungkinan barang-barang yang dijual akan mengalami kekurangan dapat diminimalkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Pengendalian Jasa *Fotocopy*

Untuk pengendalian jasa *fotocopy*, Toko Graha Media *Copy* juga akan melakukan *stock opname* dan *inventory control* pada ketersediaan kertas serta tinta. Hal ini dilakukan secara rutin sebanyak sekali dalam seminggu. Untuk menghindari terjadinya kekurangan kertas dalam memberikan layanan kepada pelanggan atau dapat menghambat perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya.

## 3. Pengendalian Teknologi

Pengendalian terhadap teknologi yang dilakukan oleh Toko Graha Media *Copy* adalah dengan melakukan pemeriksaan dan atau *service* mesin *fotocopy* secara rutin peralatan-peralatan yang digunakan untuk kegiatan operasi toko, seperti perawatan mesin *fotocopy* berupa *service* yang dilakukan sebulan sekali dan setiap mengalami kerusakan di luar *service* berkala.

## 4. *Review* Dan Usaha Perbaikan

*Review* akan dapat dilakukan setelah pemilik toko mendapatkan hasil dari kuisioner. Karena dengan hasil kuisioner yang didapat, pemilik toko dapat melihat dan menilai kekurangan-kekurangan dan selalu dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## F. Anggaran Penjualan

Menurut Hansen dan Mowen (2009:427)

“Anggaran Penjualan adalah proyeksi yang disetujui oleh komite anggaran yang melaksanakan penjualan yang diharapkan dalam satuan unit dan uang. Karena anggaran penjualan adalah dasar bagi semua anggaran operasional lainnya dan sebagian besar dari anggaran keuangan, anggaran penjualan yang seakurat mungkin sangatlah penting.”

Tujuan utama dari anggaran penjualan adalah: (<http://mailza-web.blogspot.com/2011/12/tujuan-dan-fungsi-anggaran-penjualan.html>)

1. Mengurangi ketidakpastian dimasa depan.
2. Memasukkan pertimbangan /keputusan manajemen dalam proses perencanaan.
3. Memberikan informasi dalam *profit planing control*.
4. Untuk mempermudah pengendalian penjualan.

Fungsi dari anggaran penjualan dalam suatu perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan adalah dasar perencanaan atas kegiatan perusahaan pada umumnya.
2. Anggaran penjualan sebagai alat koordinasi dan mengarahkan setiap pelaksanaan divisi pemasaran.
3. Anggaran penjualan sebagai alat pengorganisasian.
4. Anggaran penjualan sebagai alat pengawasan bagi manajemen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini adalah anggaran penjualan Toko Graha Media *Copy* dapat disimak

pad Tabel 5.1

**Tabel 5.1**  
**Anggaran Penjualan Tahun 2015-2019**  
**(Dalam Rupiah)**

| Bulan                  | 2015               | 2016               | 2017               | 2018               | 2019               |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Januari                | 32.772.000         | 36.869.015         | 41.478.222         | 46.663.650         | 52.497.341         |
| Februari               | 33.099.720         | 37.237.705         | 41.893.004         | 47.130.287         | 53.022.314         |
| Maret                  | 33.430.717         | 37.610.082         | 42.311.934         | 47.601.590         | 53.552.537         |
| April                  | 33.765.024         | 37.986.183         | 42.735.053         | 48.077.606         | 54.088.062         |
| Mei                    | 34.777.975         | 39.125.769         | 44.017.105         | 49.519.934         | 55.710.704         |
| Juni                   | 33.386.856         | 37.560.738         | 42.256.421         | 47.539.137         | 53.482.276         |
| Juli                   | 34.054.593         | 38.311.953         | 43.101.549         | 48.489.920         | 54.551.922         |
| Agustus                | 34.735.685         | 39.078.192         | 43.963.580         | 49.459.718         | 55.642.960         |
| September              | 35.083.042         | 39.468.974         | 44.403.216         | 49.954.315         | 56.199.390         |
| Oktober                | 35.433.872         | 39.863.664         | 44.847.248         | 50.453.858         | 56.761.384         |
| November               | 35.788.211         | 40.262.301         | 45.295.720         | 50.958.397         | 57.328.998         |
| Desember               | 36.503.975         | 41.067.547         | 46.201.634         | 51.977.565         | 58.475.578         |
| <b>Total Penjualan</b> | <b>412.831.670</b> | <b>464.442.123</b> | <b>522.504.686</b> | <b>587.826.287</b> | <b>661.313.446</b> |

Sumber : Hasil Olahan Data, 2014

Pada **Tabel 5.1** diasumsikan bahwa penjualan pada tahun 2015 sampai tahun 2019 diperkirakan akan meningkat sekitar 1%-4% setiap bulannya. Diasumsikan bahwa penjualan Toko Graha Media *Copy* berfluktuasi dengan rincian sebagai berikut:

1. Penjualan pada bulan Februari mengalami peningkatan sebesar 1% dari bulan sebelumnya karena masyarakat sudah mengenal Toko Graha Media *Copy*
2. Penjualan pada bulan Mei mengalami peningkatan sebesar 3% dari bulan sebelumnya karena para murid sekolah akan menghadapi ujian.
3. Penjualan pada bulan Juni mengalami penurunan sebesar 4% dari bulan sebelumnya karena musim liburan sekolah.
4. Penjualan pada bulan Juli akan mengalami peningkatan sebesar 2% dari bulan sebelumnya, karena di awal bulan Juli ini masyarakat mempersiapkan

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kebutuhan-kebutuhan untuk anak-anak masuk sekolah di tahun ajaran baru yang akan dimulai.

5. Penjualan pada bulan Agustus akan mengalami peningkatan sebesar 2% dari bulan sebelumnya, dikarenakan banyak konsumen yang membeli alat-alat tulis untuk dijadikan sebagai hadiah untuk memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia dan persiapan menjelang Hari Raya Lebaran.
6. Penjualan pada bulan Desember akan mengalami peningkatan sebesar 2% menjelang hari Raya Natal dan Tahun Baru

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB VI

### RENCANA ORGANISASI

Menurut Alma (2009: 117), definisi struktur organisasi adalah sebagai berikut:

“Suatu rangka kerjasama dari berbagai bagian menurut pola yang menghendaki adanya tertib, penyusunan yang logis dan hubungan yang serasi. Jadi dalam suatu struktur organisasi terdapat rangka yang menunjukkan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi-fungsi, serta wewenang tanggung jawab tiap anggota organisasi.”

Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain daripada itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. (<http://hmti.wordpress.com/2008/02/22/definisi-dan-pengertian-organisasi/>). Diakses pada tanggal 1 April 2014

#### A. Bentuk Kepemilikan

Toko Graha Media *Copy* merupakan perusahaan perseorangan. Operasi dilakukan sepenuhnya oleh pemilik toko. Modal yang digunakan dalam bisnis ini berasal dari modal pemilik, sehingga tidak ada pembagian keuntungan kepada pihak lain.

#### B. Struktur Kepemilikan

Struktur organisasi selalu ditemui dalam sebuah perusahaan / organisasi dalam berbagai skala bahkan menjadi sesuatu yang harus dimiliki. Fungsi dari struktur organisasi dapat memudahkan pemilik usaha memisahkan fungsi delegasi antar setiap bagian pekerjaan agar setiap pekerjaan yang diberikan ke karyawan sesuai dengan posisinya sehingga pekerjaan yang dihasilkan akan selalu maksimal.

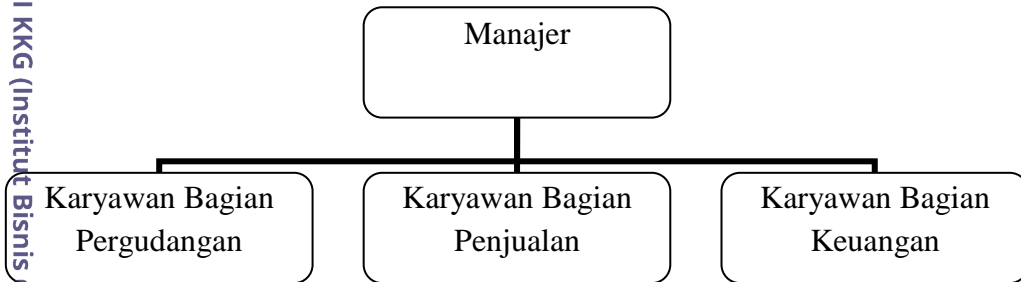


Struktur organisasi dari Toko Graha Media *Copy* dapat dilihat pada gambar

berikut ini:

**Gambar 6.1**

**Struktur Organisasi Toko Graha Media *Copy***



Sumber : Toko Graha Media *Copy*, 2015

Setiap karyawan mempunyai tugas yang berbeda-beda sehingga membutuhkan spesifikasi yang berbeda-beda pula.

Berikut ini adalah pembagian tugas pada Toko Graha Media *Copy*:

1. Manajer

Manajer membawahi karyawan bagian pergudangan, karyawan bagian penjualan dan karyawan bagian keuangan.

Tanggung jawab dan wewenang kepala Toko Graha Media *Copy*:

- a. Menyusun rencana strategis di bidang pemasaran, keuangan, persediaan dan sumber daya manusia
- b. Mengawasi dan mengatur kegiatan operasional toko
- c. Mengendalikan persediaan yang ada
- d. Mengatur pemesanan barang kepada pemasok
- e. Mengatur dan mengelola keuangan toko
- f. Mencari dan mewawancarai karyawan



- g. Membantu melayani pelanggan dan mendesain toko
- h. Melaksanakan pemesanan barang-barang kepada *supplier*

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Karyawan Toko Bagian Penjualan

Tanggung jawab dan wewenang karyawan toko bagian penjualan adalah:

- a. Melayani pelanggan
- b. Mengatur barang di etalase Toko Graha Media *Copy*
- c. Mencatat pesanan pelanggan
- d. Memberikan layanan jasa-jasa yang diminta pelanggan
- e. Merapikan dan membersihkan toko setiap hari
- f. Membantu manajer menata toko

3. Karyawan Toko Bagian Pergudangan

Tanggung jawab dan wewenang karyawan toko bagian pergudangan adalah:

- a. Mengupdate harga barang
- b. Mengatur barang gudang
- c. Merapikan kardus atau pembungkus barang lainnya
- d. Meretur barang yang kadaluarsa atau rusak
- e. Melaksanakan *stock opname* barang-barang di toko dan gudang
- f. Memproses administrasi pengeluaran barang-barang di gudang
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang ditentukan oleh pemilik toko

4. Karyawan Toko Bagian Keuangan

Tanggung jawab dan wewenang bagian keuangan adalah:

- a. Membuat daftar harga penjualan barang toko

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. Menerima dan mengembalikan hasil pembayaran dari pelanggan
- c. Membuat rekapitulasi keuangan hasil penjualan barang-barang toko
- d. Menyetorkan uang hasil penjualan barang-barang toko ke kasir

### C. Rencana Jumlah Karyawan

Toko Graha Media Copy berencana akan menggunakan 5 orang untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Lima orang ini terdiri dari 1 orang manajer, dan 4 orang karyawan, dan 1 orang bagian keuangan. Toko Graha Media Copy akan merekrut 3 orang untuk karyawan dan 1 orang untuk bagian keuangan. Melihat jumlah karyawan yang terbatas ini maka pembagian *job* harus digunakan lebih efisien dan lebih maksimal.

### D. Spesifikasi Pekerjaan

Spesifikasi pekerjaan untuk masing-masing karyawan adalah sebagai berikut:

1. Manajer

Spesifikasi Manajer Toko:

- a. Jujur
- b. Pendidikan Minimal S1 Ekonomi
- c. Berpengalaman kerja minimal 3 tahun
- d. Berkepribadian ramah, jujur, baik, dan rajin
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik
- f. Berpenampilan menarik
- g. Memiliki jiwa pemimpin





## 2. Karyawan Toko Bagian Penjualan

Ⓒ Spesifikasi dari karyawan toko bagian penjualan adalah:

- a. Minimal berijazah SMA
- b. Wanita/Pria berumur 17-25 tahun
- c. Berpengalaman kerja minimal 3 tahun
- d. Berpenampilan menarik
- e. Berkepribadian baik, ramah, dan rajin
- f. Mampu berkomunikasi dengan baik

## 3. Karyawan Toko Bagian Pergudangan

Spesifikasi dari karyawan toko bagian pergudangan adalah:

- a. Minimal berijazah SMA
- b. Pria berumur 17-25 tahun
- c. Mampu bekerja di bawah tekanan
- d. Berpengalaman kerja minimal 2 tahun
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik
- f. Mengerti tentang pergudangan

## 4. Karyawan Toko Bagian Keuangan

Spesifikasi dari karyawan toko bagian keuangan adalah:

- a. Jujur dan tekun
- b. Minimal berijazah SMA
- c. Wanita berusia 17-25 tahun
- d. Berpengalaman kerja minimal 2 tahun
- e. Berpenampilan menarik

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



f. Mampu bekerja di bawah tekanan

g. Mampu berkomunikasi dengan baik

### E. Proses Perekrutan

Langkah-langkah dalam proses perekrutan karyawan yang dilakukan oleh Toko Graha Media Copy adalah:

1. Toko Graha Media Copy memasang dan menyebarkan iklan di media elektronik seperti internet dan media cetak seperti majalah dan koran yang memuat tentang lowongan pekerjaan.
2. Para calon karyawan yang tertarik melamar dapat mengirimkan surat lamaran dan CV ke Toko Graha Media Copy
3. Surat lamaran dan CV akan diseleksi menurut spesifikasi pekerjaan yang tersedia di Toko Graha Media Copy
4. Para calon karyawan akan dihubungi dan diundang untuk datang menjalani wawancara di Toko Graha Media Copy
5. Setelah hasil wawancara diseleksi dan menentukan siapa saja karyawan yang terpilih melalui seleksi di atas akan dipanggil oleh Toko Graha Media Copy untuk mengikuti briefing dan pelatihan singkat
6. Pekerja yang sudah lolos akan menandatangani perjanjian kerja dan mulai bekerja di Toko Graha Media Copy
7. Pekerja yang sudah lolos akan menjalani masa percobaan selama 3 bulan.

### F. Kompensasi atau Balas Jasa

Menurut Dessler (2013:378) kompensasi karyawan meliputi segala bentuk gaji akan karyawan dan timbul dari pekerjaan mereka. Ini memiliki dua komponen utama, pembayaran langsung keuangan (upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus) dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pembayaran keuangan tidak langsung (keuntungan finansial seperti asuransi majikan-bayar) dan liburan).

Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut pada organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik maupun non fisik dan harus dihitung dan diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah dibelakannya kepada organisasi / perusahaan tempat ia bekerja. Dalam memberikan kompensasi kepada para pekerja terlebih dahulu melakukan penghitungan kinerja dengan membuat sistem penilaian kinerja yang adil. Sistem tersebut umumnya berisi kriteria penilaian setiap pegawai yang ada misalnya mulai dari jumlah pekerjaan yang bisa diselesaikan, kecepatan kerja, komunikasi dengan pekerja lain, perilaku, pengetahuan atas pekerjaan, dan lain sebagainya.

<http://www.organisasi.org/1970/01/pengertian-kompensasi-jenis-macam-kompensasi-sdm-upah-gaji-insentif-tunjangan-dsb.html> (diakses tanggal 19 Juni 2014)

Untuk meningkatkan produktivitas dan memelihara semangat kerja yang tinggi dan konsisten, Toko Graha Media *Copy* akan memberikan kompensasi (pembayaran keuangan langsung) berupa gaji dan bonus THR. Kompensasi yang ada di dalam Toko Graha Media *Copy* ini diberikan kepada pramuniaga toko dan bagian kasir mengikuti standar upah minimum yang berlaku pada saat ini.

Pemilik Toko Graha Media *Copy* tidak ada gaji secara khusus karena pemilik sendiri yang membuat perhitungan khusus dalam hal pembayaran gaji kepada karyawan. Jadi balas jasa untuk pemilik Toko Graha Media *Copy* adalah *profit/*keuntungan yang didapat dari penjualan jasa fotokopi di Toko Graha Media *Copy*.

Berikut merupakan Tabel Upah Minimum Seluruh Provinsi di Indonesia (UMK) tahun 2013 dan 2014. Upah minimum ini berguna sebagai patokan gaji terendah yang harus dibayarkan perusahaan kepada karyawannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 6.1

Upah Minimum Provinsi di Seluruh Indonesia

| No. | Provinsi         | 2013                | 2014                | Persentase Kenaikan |
|-----|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1   | NANGGROE ACEH D. | Rp 1.550.000        | Rp 1.750.000        | 13%                 |
| 2   | SUMUT            | Rp 1.375.000        | Rp 1.505.850        | 10%                 |
| 3   | <b>SUMBAR</b>    | <b>Rp 1.350.000</b> | <b>Rp 1.490.000</b> | <b>10%</b>          |
| 4   | RIAU             | Rp 1.400.000        | Rp 1.700.000        | 21%                 |
| 5   | KEPULAUAN RIAU   | Rp 1.365.087        | Rp 1.665.000        | 22%                 |
| 6   | JAMBI            | Rp 1.300.000        | Rp 1.502.300        | 16%                 |
| 7   | SUMSEL           | Rp 1.350.000        |                     |                     |
| 8   | BANGKA BELITUNG  | Rp 1.265.000        | Rp 1.640.000        | 30%                 |
| 9   | BENGKULU         | Rp 1.200.000        | Rp 1.350.000        | 13%                 |
| 10  | LAMPUNG          | Rp 1.150.000        |                     |                     |
| 11  | JAWA BARAT       | Rp 850.000          |                     |                     |
| 12  | DKI JAKARTA      | Rp 2.200.000        | Rp 2.441.301        | 11%                 |
| 13  | BANTEN           | Rp 1.170.000        | Rp 1.325.000        | 13%                 |
| 14  | JAWA TENGAH      | Rp 830.000          |                     |                     |
| 15  | YOGYAKARTA       | Rp 947.114          |                     |                     |
| 16  | JAWA TIMUR       | Rp 866.250          |                     |                     |
| 17  | BALI             | Rp 1.181.000        |                     |                     |
| 18  | N T B            | Rp 1.100.000        | Rp 1.210.000        | 10%                 |
| 19  | N T T            | Rp 1.010.000        |                     |                     |
| 20  | KALBAR           | Rp 1.060.000        | Rp 1.380.000        | 30%                 |
| 21  | KALSEL           | Rp 1.337.500        | Rp 1.620.000        | 21%                 |
| 22  | KALTENG          | Rp 1.553.127        | Rp 1.723.970        | 11%                 |
| 23  | KALTIM           | Rp 1.752.073        | Rp 1.886.315        | 8%                  |
| 24  | MALUKU           | Rp 1.275.000        | Rp 1.415.000        | 11%                 |
| 25  | MALUKU UTARA     | Rp 1.200.622        |                     |                     |
| 26  | GORONTALO        | Rp 1.175.000        | Rp 1.325.000        | 13%                 |
| 27  | SULUT            | Rp 1.550.000        |                     |                     |
| 28  | SULTRA           | Rp 1.125.207        | Rp 1.400.000        | 24%                 |
| 29  | SULTENG          | Rp 995.000          | Rp 1.250.000        | 26%                 |
| 30  | SULSEL           | Rp 1.440.000        |                     |                     |
| 31  | SULBAR           | Rp 1.165.000        |                     |                     |
| 32  | PAPUA            | Rp 1.710.000        | Rp 1.900.000        | 11%                 |
| 33  | PAPUA BARAT      | Rp 1.720.000        |                     |                     |

Sumber: <http://www.gajimu.com/main/gaji/Gaji-Minimum/ump-2014> (diakses 12 April

2014)

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan Tabel 6.1 tersebut, maka gaji minimum karyawan di Provinsi Sumatera Barat yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp 1.490.000,-. Gaji belum termasuk tunjangan makan dan transpor. Rincian biaya balas jasa yang diberikan pemilik toko dapat disimak di Tabel 6.2

**Tabel 6.2**

**Balas Jasa Karyawan Tahun 2015**  
**(Dalam Rupiah)**

| Jabatan       | Gaji per bulan | Gaji per tahun | THR       | Jumlah pegawai | Total             |
|---------------|----------------|----------------|-----------|----------------|-------------------|
| Pemilik       | 2,500,000      | 15,000,000     | 2,500,000 | 1              | 17,500,000        |
| Bagian Kasir  | 1,450,000      | 8,700,000      | 1,450,000 | 1              | 10,150,000        |
| Karyawan Toko | 1,500,000      | 9,000,000      | 1,500,000 | 3              | 13,500,000        |
| <b>Total</b>  |                |                |           |                | <b>41,150,000</b> |

Kenaikan Gaji adalah sebesar 5% per tahunnya yang diikuti dengan pertumbuhan bisnis, maka mulai tahun ke 5 (tahun 2019), akan dilakukan penambahan karyawan toko sebanyak 1 orang. Semakin berkembangnya Toko Graha Media *Copy* maka akan semakin banyak pengunjung yang datang untuk menggunakan jasa fotokopi. Oleh sebab itu dibutuhkan penambahan karyawan toko untuk melayani konsumen.

Balas jasa yang diberikan Toko Graha Media *Copy* akan meningkat jika di masa yang akan datang Toko Graha Media *Copy* semakin berkembang dan keuntungan juga bertambah.

Toko Graha Media *Copy* sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dan hasil akhir. Toko Graha Media *Copy* akan memberikan penghargaan kepada karyawannya yang:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Tepat waktu dalam bekerja
2. Ketekunan dalam bekerja
3. Melakukan sedikit kesalahan dalam bekerja

Apabila karyawan tersebut memenuhi kriteria yang telah ditentukan, maka karyawan yang bersangkutan akan diberikan penghargaan dengan cara memasang foto karyawan tersebut dan dipajang dalam toko selama 1 bulan sebagai karyawan terbaik.

Sebaiknya, para karyawan yang telah melakukan hal-hal yang dapat merusak citra perusahaan dalam hubungannya dengan para pelanggan akan ditindak secara tegas, berupa teguran, peringatan, dan pemutusan hubungan kerja. Kebijakan ini dilakukan oleh perusahaan agar para karyawannya benar-benar termotivasi dan lebih disiplin dalam menjalankan tugasnya serta dilakukan untuk menjaga citra baik Toko Graha Media Copy.

**© Hak cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB VII

### PENILAIAN RISIKO

© Hak cipta milik IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dilindungi Undang-Undang

#### A. Penilaian Risiko Bisnis

Sebuah entri baru melibatkan risiko yang cukup besar bagi pengusaha dan perusahaannya. Risiko dia mengacu pada probabilitas, dan besarnya, kerugian *downside*, yang dapat mengakibatkan kebangkrutan. Risiko kerugian *downside* sebagian berasal dari ketidakpastian pengusaha atas permintaan pasar, pengembangan teknologi, dan tindakan pesaing. (Hisrich et,al 2013:73)

Dalam setiap bisnis yang akan dijalankan tidak akan terhindar dari kelemahan berdasarkan pengamatan yang dilakukan, kelemahan dari jasa fotokopi ini adalah:

##### 1. Persaingan yang ketat

Pesaing akan banyak bermunculan apabila mereka melihat sebuah kemajuan dan kesuksesan dari Toko Graha Media *Copy* yang merupakan kesempatan dan peluang yang baik di Kota Padang, Sumatera Barat. Hal ini harus menjadi salah satu perhatian yang cukup penting bagi Toko Graha Media *Copy*.

##### 2. Kinerja Karyawan

Setiap karyawan memiliki sikap dan kebiasaan yang berbeda-beda. Ada karyawan yang rajin dan cekatan dalam bekerja, adapula karyawan yang lamban dan terbilang malas. Pemilik perlu melakukan pemantauan terhadap kinerja para karyawannya agar proses jasa fotokopi di Toko Graha Media *Copy* dapat berjalan dengan lancar.





### 3. Kenaikan Harga Bahan Baku

Risiko kenaikan bahan baku kertas yang sangat signifikan secara tiba-tiba. Berikut ini adalah daftar harga kertas:

**Tabel 7.1**  
**Harga Kertas**

| No | Jenis Kertas  | Ukuran Kertas | Harga Per 1 Rim |
|----|---------------|---------------|-----------------|
| 1  | Kertas A4     | 210 x 297 mm  | Rp 30.000,-     |
| 2  | Kertas A3     | 297 x 420 mm  | Rp 36.500,-     |
| 3  | Kertas Folio  | 215 x 330 mm  | Rp 28.000,-     |
| 4  | Kertas Kuarto | 216 x 279 mm  | Rp 30.000,-     |

Sumber : Data Olahan Penulis 2014

### 4. Kondisi Ekonomi

Ketidakstabilan kondisi ekonomi di Indonesia, seperti kenaikan harga bahan bakar minyak dan kenaikan harga-harga komoditi lainnya akan menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Kenaikan harga listrik dapat memberikan pengaruh pada kenaikan harga untuk pelayanan jasa *fotocopy* di Toko Graha Media *Copy*.

### 5. Penjualan yang berfluktuasi berdasarkan bulan

Kebutuhan akan jasa dan produk perdagangan mempunyai pola yang didasarkan kepada beberapa hal, seperti musim libur dan hari raya. Adanya event tertentu seperti libur kenaikan kelas, natal, tahun baru, imlek, dan juga liburan sekolah memberikan dampak yang berbeda pada penjualan. Bulan-bulan masa kebutuhan akan jasa perdagangan dan produk perdagangan mencapai puncaknya yaitu pada menjelang akhir tahun seperti antara bulan Agustus hingga Desember dimana pada bulan-bulan tersebut banyak para pelanggan yang membutuhkan buku tulis, agenda, dan alat tulis lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Harga bahan baku seperti kertas, tinta, dan sebagainya yang cenderung terus naik seiring dengan kenaikan harga minyak mentah secara global.

## B. Rencana Kontinjensi

Rencana Kontinjensi (*Contingency Plan*) menurut David (2010: 518), adalah rencana-rencana alternatif yang dapat dijalankan jika peristiwa-peristiwa penting tertentu tidak terjadi seperti yang diharapkan.

Setelah mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis yang akan dijalankan, maka Toko Graha Media *Copy* harus mempersiapkan suatu rencana alternatif untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan yang disebabkan oleh kelemahan tersebut

Rencana kontinjensi yang akan dilakukan oleh Toko Graha Media *Copy* adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan membeli banyak persediaan kertas pada bulan optimis seperti bulan awal pembukaan toko, bulan Juli di mana para murid sekolah mempersiapkan kebutuhan untuk memasuki tahun ajaran baru, bulan Agustus dalam memperingati Hari Kemerdekaan RI.
2. Untuk mengatasi kondisi ekonomi yang tidak menentu, Toko Graha Media *Copy* dapat mencari barang dagang dari para pemasok yang menjual dengan harga termurah, sehingga pemilik toko setiap saat dapat menetapkan harga yang sesuai dengan harga pasar atau di bawah harga pasar.



3. Pemilik toko sebaiknya meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menjadikan konsumen tetap loyal berbelanja di Toko Graha Media *Copy*. Hal ini juga dilakukan agar pelanggan tidak berbelanja di tempat pesaing. Layanan yang diberikan Toko Graha Media *Copy* berupa:

- *Fotocopy* eksklusif/berwarna
- *Fotocopy* biasa
- Penjilidan biasa/lakban
- Penjilidan spiral
- Penjilidan *Hard Cover*
- Laminating

4. Menciptakan promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan pada bulan pesimis, di mana kebutuhan akan kebutuhan alat-alat tulis kurang dibutuhkan seperti pada hari raya agama (seperti Idul Fitri, Natal, Nyepi, dan lain-lain) dan bulan Desember karena perusahaan-perusahaan banyak yang menghentikan aktivitas perusahaannya untuk merayakan Natal dan Tahun Baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB VIII

### RENCANA KEUANGAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Margaretha (2014:41) rencana keuangan didefinisikan sebagai berikut

“Rencana Keuangan merupakan proyeksi penjualan, laba, dan aktiva yang didasarkan pada berbagai strategi produksi dan pemasaran dan juga pada penentuan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai proyeksi tersebut. Perencanaan Keuangan terdiri dari *Sales Forecast* dan *Projected (proforma) financial statements*”.

Rencana Keuangan memiliki tujuan untuk memperbaiki profitabilitas, menghindari situasi terjaminnya keadaan untuk kas, dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas.

Rencana Keuangan merupakan aspek penting dari operasi dan sumber penghasilan perusahaan karena memberikan petunjuk yang mengarahkan, mengkoordinasi, dan mengontrol kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Perusahaan wajib menyusun rencana dan anggaran keuangan guna mendukung perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang tepat dalam menghadapi perubahan di bidang ekonomi maupun persaingan yang ketat dalam dunia bisnis.

#### A. Anggaran Penjualan

Toko Graha Media *Copy* melakukan anggaran penjualan selama 5 tahun pertama. Pendapatan Toko Graha Media *Copy* berasal dari jasa *fotocopy*, jasa penjiilidan dapat disimak pada Tabel 5.1

#### B. Biaya-Biaya

Di dalam pembentukan suatu bisnis, tentunya terdapat biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan demi terwujudnya bisnis tersebut. Begitu pula

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan Toko Graha Media Copy. Adapun rincian dari beban-beban yang harus ditanggung oleh Toko Graha Media Copy adalah sebagai berikut

### 1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yang dilakukan oleh Toko Graha Media Copy pada awal pertengahan tahun pertama lebih besar jika dibandingkan dengan tahun-tahun berikutnya. Biaya yang besar tersebut disebabkan karena Toko Graha Media Copy cenderung dalam melakukan promosi guna menarik perhatian masyarakat dan memperkenalkan diri kepada masyarakat. Biaya pemasaran diasumsikan meningkat sebesar 10% untuk lebih jelasnya dapat disimak pada Tabel 8.1.

**Tabel 8.1**  
**Biaya Pemasaran**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan      | Unit | Harga Satuan | 2015             | 2016             | 2017             | 2018             | 2019             |
|-----------------|------|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Seragam         | 9    | 51.000       | 459.000          | 504.900          | 555.390          | 610.929          | 672.022          |
| Neon Box        | 1    | 650.000      | 650.000          | -                | -                | -                | -                |
| Kalender        | 200  | 5000         | 1.000.000        | 1.100.000        | 1.210.000        | 1.331.000        | 1.464.100        |
| Hadiah Langsung | 200  | 5000         | 1.000.000        | 1.100.000        | 1.210.000        | 1.331.000        | 1.464.100        |
|                 |      | <b>Total</b> | <b>3.109.000</b> | <b>2.704.900</b> | <b>2.975.390</b> | <b>3.272.929</b> | <b>3.600.222</b> |

Sumber: Data Olahan

### 2. Biaya Administrasi dan Umum

#### a. Gaji Karyawan

Biaya tenaga kerja diasumsikan meningkat sebesar 10% per tahun. Biaya-biaya yang dikeluarkan bagi karyawan dapat dilihat pada Tabel 6.2 dan untuk proyeksi gaji karyawan pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018, dan 2019 dapat disimak pada tabel 8.2



**Tabel 8.2**  
**Balas Jasa 2015-2019**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan        | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Gaji Tenaga Kerja | 41.150.000 | 45.265.000 | 49.791.500 | 54.770.650 | 60.247.715 |

Sumber: Tabel 6.2

**b. Sewa Tempat Usaha**

Biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh tempat usaha, Toko Graha Media memperoleh tempat usaha dengan cara menyewa, selain itu sebelum memulai usahanya pemilik juga melakukan renovasi tempat usahanya agar para pelanggan tertarik. Diasumsikan harga sewa tempat usaha meningkat sebesar 10% setiap tahunnya dan dapat disimak pada Tabel 8.3.

**Tabel 8.3**  
**Sewa Tempat Usaha**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan               | 2015              | 2016              | 2017              | 2018              | 2019              |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Sewa Toko                | 26.000.000        | 28.600.000        | 31.460.000        | 34.606.000        | 38.066.600        |
| Renovasi (Design Tempat) | 12.000.000        | -                 | -                 | -                 | -                 |
| <b>Total</b>             | <b>38.000.000</b> | <b>28.000.000</b> | <b>31.400.000</b> | <b>34.606.000</b> | <b>38.066.600</b> |

Sumber: Data Olahan

**c. Peralatan**

Peralatan memiliki umur ekonomis, penyusutan, dan nilai sisa. Umur ekonomis dari peralatan yang ada diasumsikan selama sepuluh tahun, perhitungan penyusutan menggunakan metode garis lurus, dan nilai sisa dari peralatan adalah sebesar 10% dari harga pembelian peralatan. Perhitungan biaya peralatan rincian lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.1. Harga perolehan dari peralatan adalah sebesar Rp 200.472.500,- dan

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penyusutannya sebesar Rp 18.042.525,- per tahun. Untuk lebih rinci dapat disimak pada

Tabel 8.4.

**Tabel 8.4**  
**Depresiasi Peralatan**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan                     | Depresiasi Peralatan |
|--------------------------------|----------------------|
| Nilai Perolehan                | 200.472.500          |
| Nilai Sisa                     | 20.047.250           |
| <b>Nilai Depresiasi/Tahun:</b> | <b>18.042.525</b>    |

Sumber: Tabel 3.1

**Keterangan:**

Umur Ekonomis: 10 Tahun

Nilai Sisa: Rp 200.472.500 x 10% = Rp 20.047.250,-

Nilai Depresiasi: (Rp 200.472.500-Rp 20.047.250)/10 tahun = Rp 18.042.525,-

**d. Utilities**

1. Listrik

Biaya listrik diasumsikan sebesar Rp 1.000.000,- untuk tahun pertama dan untuk tahun berikutnya karena intensitas penggunaannya yang semakin tinggi seiring dengan berkembangnya usaha yang dijalankan. Perinciannya dapat disimak pada Tabel 8.5.

**Tabel 8.5**  
**Pemakaian Biaya Listrik**  
**(dalam rupiah)**

| Tahun             | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Keterangan</b> | 12.597.086 | 14.171.925 | 15.943.641 | 17.936.844 | 20.179.222 |

Sumber: Lampiran 6



## 2. Air

Beban air yang dikenakan kepada Toko Graha Media *Copy* nilainya sangat ringan. Hal ini dikarenakan dalam kesehariannya, Toko Graha Media *Copy* tidak akan menggunakan air dalam jumlah yang banyak. Air hanya digunakan di kamar mandi. Dan juga tidak ada aktivitas lain yang mengharuskan Toko Graha Media *Copy* untuk memakai air. Perincian beban air yang harus ditanggung Toko Graha Media *Copy* per bulan serta per tahun dapat disimak pada Tabel 8.6.

**Tabel 8.6**  
**Beban Air**  
**(dalam rupiah)**

| Tahun | Beban Air/Bulan | Beban Air/Tahun |
|-------|-----------------|-----------------|
| 2015  | 145.000         | 1.740.000       |
| 2016  | 159.500         | 1.914.000       |
| 2017  | 175.450         | 2.105.400       |
| 2018  | 192.995         | 2.315.940       |
| 2019  | 212.295         | 2.547.534       |

Sumber: Lampiran 7

## 3. Telepon

Telepon yang digunakan adalah telepon TELKOM. Biaya telepon diasumsikan sebesar Rp 1.584.996,- pada tahun pertama dan meningkat sebesar 10% untuk tahun berikutnya. Rincian biaya lebih jelasnya dapat disimak pada Tabel 8.7.

**Tabel 8.7**  
**Biaya Telepon**  
**(dalam rupiah)**

| Tahun | Beban Telepon/Bulan | Beban Tahunan/Tahun |
|-------|---------------------|---------------------|
| 2015  | 132.083             | 1.584.996           |
| 2016  | 145.291             | 1.743.492           |
| 2017  | 159.820             | 1.917.840           |
| 2018  | 175.802             | 2.109.624           |
| 2019  | 193.383             | 2.320.586           |

Sumber: Lampiran 8



#### 4. Biaya Pemeliharaan

Toko Graha Media Copy memiliki 3 unit mesin yang membutuhkan perawatan dan pemeliharaan seperti servis-servis rutin serta perbaikan-perbaikan unit-unitnya. Biaya pemeliharaan diasumsikan naik 10% setiap tahun. Biaya pemeliharaan dapat disimak pada Tabel 8.8.

**Tabel 8.8**  
**Beban Pemeliharaan**  
**(dalam rupiah)**

| Tahun | Beban Pemeliharaan/Bulan | Beban Pemeliharaan/Tahun |
|-------|--------------------------|--------------------------|
| 2015  | 1.000.000                | 12.000.000               |
| 2016  | 1.100.000                | 13.200.000               |
| 2017  | 1.210.000                | 14.520.000               |
| 2018  | 1.331.000                | 15.972.000               |
| 2019  | 1.464.100                | 17.569.200               |

Sumber: Data Olahan

#### 5. Perlengkapan

Kenaikan harga perlengkapan diasumsikan sebesar 10% per tahunnya karena inflasi yang terjadi dan dapat disimak pada Tabel 8.9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**Tabel 8.9**  
**Biaya Perlengkapan**

| Keterangan  | Jenis                  | Unit         | Harga Satuan<br>(Dalam rupiah) | Total Harga<br>(Dalam Rupiah) |
|---|------------------------|--------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.<br>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.<br>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG. | Lampu                  | 2            | 40.000                         | 80.000                        |
|   | Nota Rangkap 2         | 26           | 3.000                          | 78.000                        |
|   | Kalkulator             | 2            | 50.000                         | 100.000                       |
|   | Stapler                | 2            | 34.900                         | 69.800                        |
|   | Isi Stapler            | 3            | 23.500                         | 70.500                        |
|   | Lakban                 | 10           | 8.000                          | 80.000                        |
|   | Gunting                | 2            | 4.500                          | 9.000                         |
|   | Cutter                 | 2            | 8.000                          | 16.000                        |
|   | Sapu                   | 1            | 12.900                         | 12.900                        |
|   | Tempat Sampah          | 1            | 7.500                          | 7.500                         |
|   | Stempel                | 1            | 150.000                        | 150.000                       |
|   | Kertas Struk (Pack)    | 1            | 25.000                         | 25.000                        |
|   | Alat Tulis             | 30           | 16.500                         | 495.000                       |
|   | Kertas <i>Fotocopy</i> | 2.500        | 30.000                         | 75.000.000                    |
|   | <b>Total</b>           | <b>2.583</b> |                                | <b>76.193.700</b>             |

Sumber: Tabel 3.2

6. Biaya Keamanan dan Kebersihan

Biaya keamanan dan kebersihan adalah biaya rutin yang ditetapkan oleh pengelola lingkungan setempat dan meningkat 10% setiap tahunnya, yang dapat disimak pada

Tabel 8.10.

**Tabel 8.10**  
**Biaya Keamanan & Kebersihan**  
**(dalam rupiah)**

| Tahun | Biaya Keamanan & Kebersihan/Bulan | Biaya Keamanan & Kebersihan/Tahun |
|-------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 2015  | 100.000                           | 1.200.000                         |
| 2016  | 110.000                           | 1.320.000                         |
| 2017  | 121.000                           | 1.452.000                         |
| 2018  | 133.100                           | 1.597.200                         |
| 2019  | 146.410                           | 1.756.920                         |

Sumber: Data Olahan



## 7. Biaya Penyusutan Kendaraan

Toko Graha Media *Copy* memiliki sebuah kendaraan untuk menunjang aktivitas operasionalnya. Kendaraan yang dimiliki oleh Toko Graha Media *Copy* adalah sebuah motor yang memiliki harga pembelian sebesar Rp 16.740.000,-. Biaya penyusutan kendaraan bermotor dapat disimak pada Tabel 8.11.

**Tabel 8.11**  
**Penyusutan Kendaraan Bermotor**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan                     | Depresiasi Bermotor |
|--------------------------------|---------------------|
| Nilai Perolehan                | 16.740.000          |
| Nilai Sisa                     | 1.674.000           |
| <b>Nilai Depresiasi/Tahun:</b> | <b>1.506.600</b>    |

Sumber: Data Olahan

### Keterangan:

Umur Ekonomis : 10 tahun

Nilai Depresiasi :  $\text{Rp } 16.740.000,- \times 10\% = \text{Rp } 1.674.000,-$

Nilai Depresiasi :  $(\text{Rp } 16.740.000 - \text{Rp } 1.674.000)/10 \text{ tahun} = \text{Rp } 1.506.600,-$

## 8. Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan akan dihitung sesuai dengan ketentuan Perpajakan tentang Pajak Penghasilan. Pajak Penghasilan dihitung progresif antara 5%, 15%, 25%, sampai 30% berdasarkan cara perhitungan Pajak Penghasilan, Perhitungan Pajak Penghasilan dapat dilihat pada lampiran 10 halaman 109.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Proforma Laporan Keuangan

Proforma laporan keuangan terdiri dari Proforma *Income Statement*, Proforma *Cash Flow*, dan Proforma *Balance Sheet*. Berikut ini adalah proforma laporan keuangan Toko Graha Media *Copy*.

#### 1. Proforma *Income Statement*

*Income statement* menurut Alma (2009:273) adalah catatan semua penghasilan dan biaya yang terjadi pada selang waktu tertentu. Ini menunjukkan berapa jumlah uang yang diperoleh dan berapa yang hilang atau dihabiskan selama waktu tertentu.

Laporan laba / rugi (*income statement*) disebut juga laporan pendapatan dan biaya (*profit and loss statement*) atau hasil operasi (*statement of operation*), yaitu suatu laporan yang dibuat secara sistematis berisikan gambaran ringkasan tentang penghasilan (*income*) dan beban (*expenses*) dalam periode tertentu dari suatu perusahaan. (<http://kamarche99.wordpress.com/2009/01/19/laporan-laba-rugi-income-statement/>)

Proforma *Income Statement* adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menjabarkan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan sehingga menghasilkan suatu laba (atau rugi) bersih. Proforma *Income Statement* Toko Graha Media *Copy* dapat disimak pada Tabel

8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 8.12

Toko Graha Media Copy

Proforma Income Statement

Tahun 2015-2019 (dalam rupiah)

| Keterangan   | 2015               | 2016               | 2017               | 2018               | 2019               |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Pendapatan Jasa Fotocopy <sup>1)</sup>               | 308.376.645        | 346.928.580        | 390.300.118        | 439.093.784        | 493.968.840        |
| Pendapatan Jasa Penjilidan <sup>2)</sup>             | 92.361.821         | 103.908.484        | 116.898.674        | 132.034.313        | 149.318.087        |
| Pendapatan Jasa Laminating <sup>3)</sup>             | 12.093.197         | 12.402.022         | 15.305.871         | 17.219.350         | 19.372.047         |
| Pendapatan Alat Tulis Kantor <sup>4)</sup>           | 37.791.268         | 42.515.795         | 47.830.966         | 53.810.596         | 60.537.756         |
| <b>Total Pendapatan</b>                              | <b>450.622.931</b> | <b>505.754.881</b> | <b>570.335.629</b> | <b>642.158.043</b> | <b>723.196.730</b> |
| <b>Beban-Beban:</b>                                  |                    |                    |                    |                    |                    |
| 1. Beban Gaji <sup>5)</sup>                          | 41.150.000         | 45.265.000         | 49.791.500         | 54.770.650         | 60.247.715         |
| 2. Beban Listrik <sup>6)</sup>                       | 12.597.086         | 14.171.925         | 15.943.641         | 17.936.844         | 20.179.222         |
| 3. Beban Air <sup>7)</sup>                           | 1.740.000          | 1.914.000          | 2.105.400          | 2.315.940          | 2.547.534          |
| 4. Beban Penyusutan Peralatan Toko <sup>8)</sup>     | 18.042.525         | 18.042.525         | 18.042.525         | 18.042.525         | 18.042.525         |
| 5. Biaya Penyusutan Kendaraan Bermotor <sup>9)</sup> | 1.506.600          | 1.506.600          | 1.506.600          | 1.506.600          | 1.506.600          |
| 6. Sewa Toko <sup>10)</sup>                          | 38.000.000         | 28.000.000         | 31.400.000         | 34.606.000         | 38.066.600         |
| 7. Biaya Pemeliharaan <sup>11)</sup>                 | 12.000.000         | 13.200.000         | 14.520.000         | 15.972.000         | 17.569.200         |
| 8. Biaya Pemasaran <sup>12)</sup>                    | 3.109.000          | 2.704.900          | 2.975.390          | 3.272.929          | 3.600.222          |
| 9. Biaya Telepon <sup>13)</sup>                      | 1.584.996          | 1.743.492          | 1.917.840          | 2.109.624          | 2.320.586          |
| 10. Biaya Keamanan dan Kebersihan <sup>14)</sup>     | 1.200.000          | 1.320.000          | 1.452.000          | 1.597.200          | 1.756.920          |
| 11. Biaya Perlengkapan <sup>15)</sup>                | 76.193.700         | 83.813.070         | 92.194.377         | 101.413.815        | 111.555.197        |
| <b>Total Biaya-Biaya</b>                             | <b>207.123.907</b> | <b>211.681.512</b> | <b>231.849.273</b> | <b>253.544.127</b> | <b>277.392.321</b> |
| <b>Laba Sebelum Pajak</b>                            | <b>243.499.024</b> | <b>294.073.369</b> | <b>338.486.356</b> | <b>388.613.916</b> | <b>445.804.409</b> |
| <b>Pajak Penghasilan<sup>16)</sup></b>               | <b>27.879.854</b>  | <b>35.466.005</b>  | <b>43.546.589</b>  | <b>56.078.479</b>  | <b>70.376.102</b>  |
| <b>Laba Bersih</b>                                   | <b>215.619.170</b> | <b>258.607.364</b> | <b>294.939.767</b> | <b>332.535.437</b> | <b>375.428.307</b> |

Sumber: Data Olahan

- 1) Lihat Lampiran 2
- 2) Lihat Lampiran 3
- 3) Lihat Lampiran 4
- 4) Lihat Lampiran 5
- 5) Lihat Tabel 8.2
- 6) Lihat Lampiran 6
- 7) Lihat Lampiran 7
- 8) Lihat Tabel 8.4
- 9) Lihat Tabel 8.11
- 10) Lihat Tabel 8.3
- 11) Lihat Tabel 8.8
- 12) Lihat Tabel 8.1
- 13) Lihat Lampiran 8
- 14) Lihat Tabel 8.10
- 15) Lihat Lampiran 9
- 16) Lihat Lampiran 10

2. Proforma Cash Flow

Menurut Rangkuti (2010:218), proforma *cash flow* adalah gerakan arus kas masuk dan arus kas keluar. Proforma *cash flow* merupakan kunci utama kegiatan

Hak cipta milik BKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



operasional perusahaan dan tidak akan terlepas dari kegiatan yang berhubungan dengan kas

Profroma *cash flow* dalam buku Saiman (2014:285) mempunyai kegunaan sebagai berikut:

- Menilai kemampuan perusahaan menghasilkan, merencanakan, mengontrol arus kas masuk dan arus kas keluar suatu perusahaan
- Menilai kemampuan perusahaan untuk memasukkan kas ke perusahaan di masa yang akan datang
- Menyajikan informasi bagi investor, kreditur, memproyeksikan *return* dari sumber kekayaan perusahaan
- Menilai pengaruh investasi baik kas maupun bukan kas dan transaksi lainnya terhadap posisi keuangan perusahaan selama satu periode tertentu.

Proforma *Cash Flow* adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang (kas) perusahaan. Manfaat dari proyeksi arus kas adalah :

- Informasi arus kas berguna sebagai indikator jumlah arus kas di masa yang akan datang, serta berguna untuk menilai kecermatan atas taksiran arus kas yang telah dibuat sebelumnya.
- Laporan arus kas juga menjadi alat pertanggungjawaban arus kas masuk dan arus kas keluar selama periode pelaporan.
- Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan lainnya, laporan arus kas memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengguna laporan dalam mengevaluasi perubahan kekayaan bersih/ekuitas dana suatu entitas pelaporan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan struktur keuangan pemerintah (termasuk likuiditas dan solvabilitas).

[http://id.wikipedia.org/wiki/Laporan\\_arus\\_kas](http://id.wikipedia.org/wiki/Laporan_arus_kas) (diakses 19 Juni 2014)

Berikut akan dijelaskan tentang proforma *cash flow* Toko Graha Media Copy pada

Tabel 8.13 dibawah ini.

**Tabel 8.13**

**Proforma Cash Flow**

**Tahun 2015-2019 (dalam rupiah)**

| Keterangan                            | 2014               | 2015               | 2016               | 2017                 | 2018                 | 2019                 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Arus Masuk</b>                     |                    |                    |                    |                      |                      |                      |
| Modal awal disetor                    | 500.000.000        | -                  | -                  | -                    | -                    | -                    |
| Pendapatan                            | -                  | 412.831.670        | 464.442.123        | 522.504.686          | 587.826.287          | 661.313.446          |
| <b>Total Arus Masuk</b>               | <b>500.000.000</b> | <b>412.831.670</b> | <b>464.442.123</b> | <b>522.504.686</b>   | <b>587.826.287</b>   | <b>661.313.446</b>   |
| <b>Arus Keluar:</b>                   |                    |                    |                    |                      |                      |                      |
| 1. Pembayaran Gaji                    | -                  | 41.150.000         | 45.265.000         | 49.791.500           | 54.770.650           | 60.247.715           |
| 2. Pembayaran Listrik                 | -                  | 12.597.086         | 14.171.925         | 15.943.641           | 17.936.844           | 20.179.222           |
| 3. Pembayaran Kebersihan dan Keamanan | -                  | 1.200.000          | 1.320.000          | 1.452.000            | 1.597.200            | 1.756.920            |
| 4. Pembayaran Air                     | -                  | 1.740.000          | 1.914.000          | 2.105.400            | 2.315.940            | 2.547.534            |
| 5. Sewa Toko                          | 38.000.000         | -                  | -                  | -                    | -                    | -                    |
| 6. Pembelian Perlengkapan             | 76.913.700         | -                  | -                  | -                    | -                    | -                    |
| 7. Pembelian Kendaraan Bermotor       | 16.740.000         | -                  | -                  | -                    | -                    | -                    |
| 8. Pembelian Peralatan                | 200.472.500        | -                  | -                  | -                    | -                    | -                    |
| 9. Biaya Pemasaran                    | -                  | 3.109.000          | 3.419.900          | 3.761.890            | 4.138.079            | 4.551.887            |
| 10. Biaya Pemeliharaan                | -                  | 12.000.000         | 13.200.000         | 14.520.000           | 15.972.000           | 17.569.200           |
| 11. Biaya Telepon                     | -                  | 1.584.996          | 1.743.492          | 1.917.840            | 2.109.624            | 2.320.586            |
| 12. Pajak Penghasilan                 | -                  | 27.879.854         | 35.466.005         | 43.546.589           | 56.078.479           | 70.376.102           |
| <b>Total Arus Keluar</b>              | <b>332.126.200</b> | <b>101.260.936</b> | <b>116.500.322</b> | <b>133.038.860</b>   | <b>154.918.816</b>   | <b>179.549.166</b>   |
| <b>Arus Kas Bersih</b>                | <b>-</b>           | <b>311.570.734</b> | <b>347.941.801</b> | <b>389.465.826</b>   | <b>432.907.471</b>   | <b>481.764.280</b>   |
| <i>Beginning Balance</i>              | -                  | 167.873.800        | 471.944.534        | 747.908.998          | 1.062.374.824        | 1.420.282.295        |
| <i>Ending Balance</i>                 | <b>167.873.800</b> | <b>479.444.534</b> | <b>819.886.335</b> | <b>1.137.374.824</b> | <b>1.495.282.295</b> | <b>1.902.046.575</b> |

Sumber: Data Olahan

**3. Proforma Balance Sheet**

*Balance Sheet* (neraca) menurut Rangkuti (2010:108), adalah gambaran posisi keuangan suatu perusahaan pada saat tertentu neraca tidak menggambarkan posisi keuangan setiap saat secara terus menerus. Ada dua hal pokok yang digambarkan dalam

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyetujui sumber.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyetujui sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



neraca, yaitu bagian Aktiva: semua harta yang dalam perusahaan, dan bagian Pasiva: kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan kepada pihak ketiga. Posisi keuangan antara harta dan kewajiban di dalam neraca harus seimbang.

**Tabel 8.14**  
**Proforma Balance Sheet**  
**Untuk 5 tahun pertama**  
**(dalam rupiah)**

| Keterangan                 | 01 Januari 2015    | 31-Des-15          | 31-Des-16            | 31-Des-17            | 31-Des-18            | 31-Des-19            |
|----------------------------|--------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Aktiva</b>              |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
| <b>Aktiva Lancar:</b>      |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
| Kas                        | 167.873.800        | 479.444.534        | 827.386.335          | 1.216.852.161        | 1.649.759.632        | 2.131.523.912        |
| Sewa Toko                  | 38.000.000         | -                  | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Perlengkapan               | 76.913.700         | -                  | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <b>Total Aktiva Lancar</b> | <b>282.787.500</b> | <b>479.444.534</b> | <b>827.386.335</b>   | <b>1.216.852.161</b> | <b>1.649.759.632</b> | <b>2.131.523.912</b> |
| <b>Aktiva Tetap</b>        |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
| Kendaraan Bermotor         | 16.740.000         | 16.740.000         | 16.740.000           | 16.740.000           | 16.740.000           | 16.740.000           |
| Penyusutan Kendaraan       |                    | 1.506.600          | 3.013.200            | 4.519.800            | 6.026.400            | 7.533.000            |
| Peralatan Toko             | 200.472.500        | 200.472.500        | 200.472.500          | 200.472.500          | 200.472.500          | 200.472.500          |
| Penyusutan Peralatan Toko  |                    | 18.042.525         | 36.085.050           | 54.127.575           | 72.170.100           | 90.212.625           |
| <b>Total Aktiva Tetap</b>  | <b>217.212.500</b> | <b>236.761.625</b> | <b>256.310.750</b>   | <b>275.859.875</b>   | <b>295.409.000</b>   | <b>314.958.125</b>   |
| <b>Total Aktiva</b>        | <b>500.000.000</b> | <b>716.206.159</b> | <b>1.083.697.085</b> | <b>1.492.712.036</b> | <b>1.945.168.632</b> | <b>2.446.482.037</b> |
| <b>Passiva</b>             |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
| <b>Modal</b>               |                    |                    |                      |                      |                      |                      |
| Modal Hilang               | 500.000.000        | 500.000.000        | 716.206.159          | 1.083.697.085        | 1.492.712.036        | 1.945.168.632        |
| Laba Bersih 31/12          | -                  | 216.206.159        | 367.490.926          | 409.014.951          | 452.456.596          | 501.313.405          |
| <b>Total Passiva</b>       | <b>500.000.000</b> | <b>716.206.159</b> | <b>1.083.697.085</b> | <b>1.492.712.036</b> | <b>1.945.168.632</b> | <b>2.446.482.037</b> |

Sumber: Data Olahan

#### D. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha yang akan dilakukan meliputi perhitungan *Break Event Point* (BEP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), *Payback Period* (PP), dan *Internal Rate of Return* (IRR). Berikut adalah analisis kelayakan usaha dari Toko

Grafik Media Copy:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



### 1. Titik Impas (*Break Event Point*)

**C** *Break Event Point* (BEP) dalam buku Saiman (2014:299) adalah suatu metode yang mempelajari hubungan antara biaya keuntungan, dan volume penjualan / produksi.

Dalam buku Saiman (2014:300) analisis *break event point* (BEP), faktor-faktor biaya dibedakan menjadi sebagai berikut:

- Biaya semivariabel, yaitu biaya yang akan ikut berubah jumlahnya dengan perubahan volume penjualan atau produksi, namun tidak secara proporsional.
- Biaya variabel, adalah biaya yang akan ikut berubah secara proporsional dengan perubahan volume penjualan atau produksi.
- Biaya tetap, adalah biaya yang tidak akan ikut berubah dengan perubahan (kenaikan maupun penurunan) volume produksi atau penjualan.

#### Rumus BEP (*Break Event Point*)

$$\text{BEP rupiah} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{P}}}$$

Keterangan:

FC : Total Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC : Total Biaya Variabel (*Variable Cost*)

P : Total Penjualan (*Sales*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 8.15

Analisis Break Event Point (BEP)

(dalam rupiah)

| Tahun | Fixed Cost (FC) | 1-(VC/Sales) | BEP (Rp)    |
|-------|-----------------|--------------|-------------|
| 2015  | 115.008.125     | 0,769337507  | 149.489.819 |
| 2016  | 110.039.025     | 0,781151446  | 140.867.722 |
| 2017  | 116.712.625     | 0,78533923   | 148.614.281 |
| 2018  | 126.494.975     | 0,789434011  | 160.235.021 |
| 2019  | 140.789.782     | 0,772826288  | 182.175.198 |

Sumber: Data Olahan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Nilai Sekarang Bersih (*Net Present Value*)

Nilai Sekarang Bersih atau *Net Present Value* menurut Hansen dan Mowen (2009:137) merupakan selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus kas keluar yang berhubungan dengan suatu proyek.

Nilai Sekarang Bersih (NPV) mengukur profitabilitas suatu investasi. Jika suatu proyek memiliki NPV positif, berarti ada peningkatan kekayaan. Nilai *Net Present Value* (NPV) menandakan investasi awal telah tertutupi, tingkat pengembalian yang diminta telah dipenuhi, dan pengembalian yang melebihi dari investasi awal dan tingkat pengembalian yang diminta telah diterima.

Jadi, jika *net present value* (npv) lebih besar dari nol, maka investasi tersebut dapat diterima. Jika NPV (*Net Present Value*) sama dengan nol, maka investasi tersebut dapat menerima atau menolak investasi itu karena investasi itu akan menghasilkan jumlah yang tepat sama dengan tingkat pengembalian yang diminta. Jika *Net Present Value* (NPV) kurang dari nol, maka investasi sebaiknya ditolak karena hasil investasi lebih kecil dari tingkat pengembalian yang diminta. Penilaian investasi Toko Graha



Media Copy menggunakan tingkat bunga 7,5%. (<http://www.bi.go.id/id/moneter/bi-rate/data/Default.aspx>)

Perhitungan *Net Present Value* (NPV) dapat disimak pada Tabel 8.16

**Tabel 8.16**  
***Net Present Value* (df 7,5%)**  
**Untuk 5 tahun pertama (dalam rupiah)**

| Tahun | EAT         | Deprsiasi  | <i>Net Cash Flow</i> (NCF) | df (7,5%)                      | PV NCF             |
|-------|-------------|------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------|
| 2015  | 215.619.170 | 19.549.125 | 235.168.295                | 0,930232558                    | 218.761.205        |
| 2016  | 258.607.304 | 19.549.125 | 278.156.429                | 0,865332612                    | 240.697.829        |
| 2017  | 294.939.767 | 19.549.125 | 314.488.892                | 0,804960569                    | 253.151.157        |
| 2018  | 332.535.437 | 19.549.125 | 352.084.562                | 0,748800529                    | 263.641.106        |
| 2019  | 375.428.307 | 19.549.125 | 394.977.432                | 0,696558632                    | 275.124.940        |
|       |             |            |                            | €PV <i>Net Cash Flow</i> (NCF) | 1.251.376.237      |
|       |             |            |                            | PV I <sub>0</sub>              | 500.000.000        |
|       |             |            |                            | <b>NPV</b>                     | <b>751.376.237</b> |

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel 8.16, dengan menggunakan tingkat bunga sebesar 7,5% diperoleh hasil perhitungan *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 905.220.192,- sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi pada Toko Graha Media Copy dikatakan layak (nilai NPV positif).

### 3. *Payback Period* (PP)

Menurut Hansen dan Mowen (2009:133), *payback period* adalah waktu yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk memperoleh investasi awalnya kembali. Periode pengembalian memberi informasi yang dapat digunakan untuk membantu mengendalikan risiko yang berhubungan dengan ketidakpastian arus kas masa depan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membantu meminimalkan dampak investasi terhadap masalah likuiditas perusahaan, membantu mengendalikan risiko keuangan, membantu mengendalikan pengaruh investasi terhadap ukuran kinerja.

Pada Tabel 8.17 berikut adalah perhitungan payback period Toko Graha Media dengan rumus

$$\text{Periode Pengembalian} = \text{Investasi awal} / \text{Arus Kas Tahunan}$$

Sumber: Hansen dan Mowen (2009:133)

**Tabel 8.17**

**Perhitungan *Payback Period***

|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| Investasi Awal     | 500.000.000        |
| Proceed Tahun ke-1 | 235.168.295        |
|                    | <b>264.831.705</b> |

$$PP = (264.831.705 / 278.156.429) \times 12 \text{ Bulan} = 11,42515552 = 11 \text{ bulan}$$

$$0,42515552 \times 30 \text{ hari} = 12,7546656 = 13 \text{ hari}$$

Dari hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa diperlukan waktu 11 bulan dan 13 hari untuk pengembalian investasi yang telah ditanamkan dalam Toko Graha Media Copy. Sehingga dapat disimpulkan bahwa investasi dikatakan layak, karena investasi yang ditargetkan akan tercapai selama 5 tahun ternyata dalam waktu 1 tahun 11 bulan dan 13 hari dapat tercapai.

4. *Profitability Index* (PI)

Menurut Saiman (2014:298), metode analisis PI (*Profitability Index*) sangat mirip dengan analisis *Net Present Value* (NPV) karena keduanya menggunakan



komponen perhitungan nilai-nilai sekarang ( $PV = present\ value$ ). Perbedaannya adalah bahwa satuan yang dipergunakan dalam NPV (*Net Present Value*) adalah nilai uang, sedangkan dalam PI (*Profitability Index*) adalah indeks.

Menurut Saiman (2014:299), kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $PI > 1$ , maka investasi dikatakan layak
- b. Jika  $PI < 1$ , maka investasi dikatakan tidak layak
- c. Jika  $PI = 1$ , maka investasi dikatakan BEP

Perhitungan *profitability index* dapat dilihat pada Tabel 8.18

**Tabel 8.18**

***Profitability Index***

|                                   |               |
|-----------------------------------|---------------|
| Initial Investment                | 500,000,000   |
| PV                                | 1.251.376.230 |
| <b><i>Profitability Index</i></b> | <b>2.5027</b> |

Sumber: Hasil Data Olahan

Berdasarkan Tabel 8.18, nilai PI untuk Toko Graha Media Copy adalah sebesar 2,5027 ( $PI > 1$ ) maka dikatakan layak.

**5. Internal Rate of Return (IRR)**

Menurut Saiman (2014:299), bahwa *internal rate of return* (IRR) dapat didefinisikan sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang (*present value*) dari investasi dengan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan. Pada saat *Internal Rate of Return* (IRR) tercapai, maka besar *Net Present Value* (NPV) sama dengan 0. Patokan yang dipakai sebagai acuan yang baik tidaknya *Internal Rate of*



Return (IRR) biasanya adalah suku bunga pinjaman bank yang sedang berlaku, atau suku bunga deposito jika usaha tersebut dibayar sendiri. Berikut ini adalah perhitungan **Internal Rate of Return (IRR)** pada Tabel 8.19.

**Tabel 8.19**  
**Perhitungan Internal Rate of Return**

| Periode                   | Net Cash Flow | 1/DF(49%)   | PV Cash Flow       | Periode                   | Net Cash Flow | 1/DF(50%)   | PV Cash Flow       |
|---------------------------|---------------|-------------|--------------------|---------------------------|---------------|-------------|--------------------|
| 2014                      | 235.168.295   | 0,671140939 | 157.831.070        | 2014                      | 235.168.295   | 0,666666666 | 156.778.863        |
| 2015                      | 278.156.429   | 0,45043016  | 125.290.045        | 2015                      | 278.156.429   | 0,444444444 | 123.625.079        |
| 2016                      | 314.488.892   | 0,302302121 | 95.070.659         | 2016                      | 314.488.892   | 0,296296296 | 93.181.894         |
| 2017                      | 352.084.562   | 0,202887329 | 71.433.496         | 2017                      | 352.084.562   | 0,197530864 | 69.547.568         |
| 2018                      | 394.977.432   | 0,136165993 | 53.782.494         | 2018                      | 394.977.432   | 0,131687242 | 52.013.489         |
| <b>Total PV of NCF</b>    |               |             | <b>503.407.765</b> | <b>Total PV of NCF</b>    |               |             | <b>495.146.893</b> |
| <b>Initial Investment</b> |               |             | <b>500.000.000</b> | <b>Initial Investment</b> |               |             | <b>500.000.000</b> |
| <b>NPV</b>                |               |             | <b>3.407.765</b>   | <b>NPV</b>                |               |             | <b>-4.853.107</b>  |

Sumber: Hasil Data Olahan

$$IRR = 49\% + [(3.407.765 / (3.407.765 + 4.853.107)) * (50\% - 49\%)] = 49,04\%$$

Dikarenakan hasil dari perhitungan NPV adalah positif, maka digunakan tingkat bunga yang lebih tinggi, yaitu tingkat bunga 50% untuk memperoleh NPV negatif. Dengan demikian, tingkat bunga yang sebenarnya yang sebenarnya adalah di atas 7,5% dan di bawah 50%.

Dari hasil perhitungan *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 49,04%, berarti usulan investasi Toko Graha Media Copy dapat diterima karena IRR lebih besar dari *rate of return* yang dikehendaki, yaitu 7,5%.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## BAB IX

### REKOMENDASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Usaha yang akan dijalankan adalah usaha jasa *fotocopy* yang diberi nama Toko Graha Media Copy. Lokasi jasa *fotocopy* ini terletak di kota Padang, Sumatera Barat yang beralamat di Jl Dr Hatta No 60, Padang, Sumatera Barat. Usaha jasa *fotocopy* ini akan dibentuk sebagai perusahaan perseorangan. Jasa *fotocopy* rencana akan dibuka di awal tahun 2015.

Pendirian jasa *fotocopy* ini sengaja diambil di kota Padang, Sumatera Barat karena lokasi yang strategis. Di sekitar jasa *fotocopy* terdapat sekolah SMA Muhammadiyah 1, Padang, Sumatera Barat dan Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat.

Mengingat begitu ketatnya persaingan pada industri ini, Toko Graha Media Copy sangat mengutamakan kepuasan konsumennya. Kepuasan konsumen diberikan Toko Graha Media Copy melalui kualitas jasa yang baik, pelayanan yang baik dan juga ramah yang dilakukan oleh pemilik kepada konsumen.

Modal yang diperlukan untuk mendirikan bisnis ini adalah sebesar Rp 500.000.000,-. Dana ini akan digunakan oleh pemilik toko untuk menyewa toko sebesar Rp 26.000.000,00 (5,2 %), pembelian peralatan Rp 200.472.500,00 ( 40,09%), pembelian perlengkapan Rp 76.193.700,00 (15,24%), gaji pegawai Rp 23.650.000,00 (4,73%), pembelian sepeda motor Rp 16.740.000,00 (3,35%) dan kas sebesar Rp 167.873.800,00 ( 33,57%).

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2015 adalah sebesar Rp 450.622.931,- dengan total biaya Rp 207.123.907,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2015 adalah sebesar Rp 215.619.170,-.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2016 adalah sebesar Rp 505.754.881,- dengan total biaya Rp 211.681.512,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 258.607.304,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2017 adalah sebesar Rp 570.335.629,- dengan total biaya Rp 231.849.273,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 294.939.767,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2018 adalah sebesar Rp 642.158.043,- dengan total biaya Rp 253.544.127,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 332.535.437,-.

Proyeksi penjualan dari pendapatan jasa *fotocopy*, penjilidan, laminating dan penjualan alat tulis kantor (atk) untuk tahun 2019 adalah sebesar Rp 723.196.730,- dengan total biaya Rp 277.392.321,- , maka didapatkan laba bersih setelah pajak pada tahun 2019 adalah sebesar Rp 375.428.307 ,-

Berdasarkan perhitungan *Net Present Value* (NPV) maka Toko Graha Media *Cosy* layak untuk didirikan. Berdasarkan analisis *Profability Indeks* (PI) didapatkan nilai sebesar 2,5027 yang berarti usaha layak didirikan. Kemudian dari hasil perhitungan *Payback Period* (PP) dikatakan bahwa pengembalian modal didapat pada 1 tahun 11 bulan dan 13 hari. Perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) dikatakan bahwa tingkat pengembalian yang didapatkan adalah sebesar 49,04% dimana hal tersebut lebih besar daripada tingkat suku bunga kredit. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.